

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Кафедра економіки і маркетингу

Методичні вказівки

для самостійної роботи студентів з дисципліни

«Стратегічне управління підприємством»

для студентів спеціальностей

8.03050401 Економіка підприємства (за видами економічної діяльності)
напряму 051 економіка

Харків 2016

Затверджено методичною радою кафедри “Економіки та маркетингу”,
протокол №2 від 27 жовтня 2016р.

Методичні вказівки для самостійної роботи студентів з курсу: “Стратегічне управління підприємством ” / Укладач С.В. Глухова – Харків.: НТУ “ХПІ”, 2016. - 17с.

ЗМІСТ	Сторінка
Вступ	4
Види самостійної роботи самостійної роботи	5
Структура індивідуального завдання	
1. СТИСЛА ХАРАКТЕРИСТИКА СТАНУ ДОСЛІДЖУВАНОВОГО ОБ'ЄКТА ЗА ОКРЕМИМИ НАПРЯМКАМИ.	4
1.1. Особливості ринку, на якому функціонує суб'єкт господарювання.	4
1.2. Основні зовнішні чинники, що формують умови діяльності.	4
1.3. Основні внутрішні чинники, що формують умови діяльності.	5
1.4. Особливості еволюції організації виробництва компанії.	6
2. СИТУАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА.	6
2.1. PEST-аналіз	6
2.2. SPACE-аналіз	7
3. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ	11
4. ДЕРЕВО ЦІЛЕЙ	11
5. СТРАТЕГІЧНА ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА	11
6. ВІДПОВІДІ НА ЗАПИТАННЯ ЗА ТЕМАМИ КУРСУ, ВИХОДЯЧИ З ВИВЧЕННЯ МАТЕРІАЛІВ СИТУАЦІЙНОГО ЗАВДАННЯ	12

ВСТУП

Самостійна робота – є одним з ключових напрямів навчання студента, яка дозволяє не тільки розширити коло знань, виявити творчий підхід до виконання завдань, а й набути такі якості як самоорганізація, ініціативність, креативність.

Методичні вказівки призначені для ефективної організації самостійної роботи студентів, пошуку і обробці економічної інформації з курсу «Стратегічне управління підприємством».

Мета дисципліни: набуття студентами ґрунтовних знань щодо реалізації стратегії підприємства через впровадження стратегічних змін в усі аспекти діяльності підприємства, формування навичок управління стратегічним розвитком та подолання опору в умовах мінливого зовнішнього середовища.

Після вивчення дисципліни студент повинен:

Знати:

- теоретичні засади створення системи стратегічного управління на сучасному підприємстві відповідно до стану оточення;
- базові закономірності розвитку підприємства в умовах високого ступеня мінливості зовнішнього середовища;
- методи та прийоми подолання опору окремих осіб, їх груп і системи в цілому стратегічним змінам на різних рівнях управління в підприємствах;
- інструменти розподілу повноважень (прав прийняття рішень),
- зменшення кількості рівнів управління;
- методологічні основи створення організаційних можливостей, які відповідають обраній стратегії;
- принципи створення здорової культури підприємства та її адаптація до нової стратегії;
- сучасні системи мотивації персоналу, які стимулюють впровадження стратегії.

Уміти:

- складати довгострокові та стратегічні плани управління підприємством;
- збирати систематизувати та обробляти стратегічну інформацію;
- оцінювати стратегічні ресурси та визначати перспективні напрями їх використання;
- формувати алгоритми реалізації стратегії;
- виокремлювати етапи стратегічного розвитку підприємства, визначати стратегічні цикли та формувати відповідні стратегічні набори змін;
- будувати організаційні структури стратегічного типу;
- застосовувати методи подолання опору змінам відповідно обраній стратегії підприємства;
- коректно обирати та впроваджувати корпоративну культуру адекватну особливостям діяльності підприємства;
- оцінювати ступінь реалізації стратегії.

ВИДИ ТА СТРУКТУРА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

До видів самостійної роботи студентів можуть відноситися:

- Підготовка коротких інформаційних доповідей за результатами самостійного вивчення тем.
- Підготовка доповідей до участі у конференціях різного рівня за тематикою дисципліни.
- Підготовка наукових робіт за тематикою дисциплін.
- Виконання індивідуального завдання протягом семестру
- Підготовка до складання заліку тощо.

Перелік тем для самостійного вивчення та розподіл годин за ними

Теми самостійного вивчення	Кількість годин
Модуль №1	
Стратегічне управління: суть та передумови виникнення	
Ознаки нестратегічного управління	3,25
Структура процесу стратегічного управління	3,25
Джерела стратегічних змін	3,25
Модифікації функціональних стратегій в стратегічній перспективі	3,25
Особливості впровадження функціональних стратегій під час реалізації довгострокових планів	3,25
Управління подоланням опору стратегічним змінам	3,25
Керівник та його якості під час управління стратегічними змінами	3,25
Типи стратегічних змін та їх специфіка	3,25
Виконання індивідуального завдання	10
Модуль № 2	
Загальні основи управління стратегічними змінами	
Стартовий майданчик та методи його формування	3,25
Порядок формування контрольного листа управління змінами	3,25
Організаційний механізм управління	3,25
Побудова системи взаємодії людини й організаційного оточення	3,25
Виконання індивідуального завдання	5
Модуль 3 Організаційні аспекти проведення змін на підприємстві	
Організаційна структура – як об’єкт стратегічних змін	3,25
Характеристика проекту організаційної структури	3,25
Упровадження системи стратегічного управління в практику підприємства на основі підходу “організаційного розвитку”	3,25
Створення корпоративної культури, що підтримує стратегію	3,25
Виконання індивідуального завдання	5
Разом	72

СТРУКТУРА ІНДИВІДУАЛЬНОГО ЗАВДАННЯ

Об'єкт для виконання індивідуального завдання студент обирає самостійно та після узгодження із викладачем виконує розрахунково-графічне завдання за поданою структурою.

1. СТИСЛА ХАРАКТЕРИСТИКА ДОСЛІДЖУВАНОВОГО ОБ'ЄКТА ЗА ОКРЕМИМИ НАПРЯМКАМИ

1.1. Особливості ринку, на якому функціонує суб'єкт господарювання.

В даному розділі необхідно здійснити аналіз ринку, на якому функціонує об'єкт дослідження за такими напрямками:

1. Характеристика галузі;
2. Стислий аналіз конкурентів;
3. Визначення типу конкуренції та її особливостей;
4. Формування конкурентних переваг досліджуваного підприємства;
5. Оцінка місткості ринку та місце досліджуваного об'єкта у ньому;

1.2. Основні зовнішніх чинників, що формують умови діяльності.

Аналіз зовнішніх чинників та їх вплив передбачає не лише їх визначення, а й оцінку ступеня впливу на діяльність підприємства, який необхідно подати у вигляді табл. 1

Таблиця 1 – Профіль зовнішнього середовища

Чинники середовища	Важливість для галузі	Вплив на підприємство	Спрямованість впливу	Ступінь важливості	Сфера впливу
	A	B	C	$D=A \times B \times C$	

Метод складання профілю середовища полягає в наступному: у таблицю 1 виписуються окремі чинники середовища. Кожному з чинників експертним чином дається:

- оцінка його важливості для галузі за шкалою: 3 — сильне значення, 2 — помірне значення, 1 — слабе значення;
- оцінка його впливу на підприємство: 3 — сильний вплив, 2 — помірний вплив, 1 — слабкий вплив, 0 — відсутність впливу;
- оцінка спрямованості за шкалою: "+1" — позитивна спрямованість, "-1" — негативна спрямованість.

Далі всі три експертні оцінки перемножуються і в результаті чого одержують інтегральну оцінку, що показує ступінь важливості фактора для організації. За цією оцінкою необхідно визначити, які з факторів середовища мають відносно більш важливе значення для їхнього підприємства а, отже, заслуговують найбільш серйозної уваги, а які вимагають подальшого спостереження з метою своєчасного на них реагування при їх можливому рості.

1.3. Основні внутрішні чинники, що формують умови діяльності.

На основі попереднього аналізу необхідно здійснити оцінку основних внутрішніх чинників, які є ключовими в діяльності підприємства, оцінити їх стан, тенденції розвитку та вказати організаційні дії щодо їх покращення (табл.2). Усі чинники необхідно поділити на групи у відповідності до сфер діяльності підприємства на які впливають зовнішні.

За результатами аналізу здійснити відповідні висновки щодо пріоритетних напрямів стратегічного управління.

1.4. Особливості еволюції організації виробництва компанії

Даний розділ присвячений аналізу розвитку підприємства. На основі вивчення еволюції функціонування досліджуваного об'єкта необхідно виявити

ключові зміни у його діяльності, які відбувалися з його заснування та представити основні етапи його розвитку у вигляді чіткої послідовності.

За результатами даного аналізу необхідно прогнозувати наступний стратегічний напрямок у вигляді конкретного етапу.

Таблиця 2 – Аналіз внутрішніх можливостей реагування підприємства на зовнішнє оточення

Чинник за організаційним аспектом	Сучасний сан (негативний, незначний, позитивний)	Тенденція розвитку (збільшення впливу, зниження впливу, стабілізація)	Стратегічні напрями зміни

2. СИТУАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНОЇ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

2.1. PEST-аналіз

PEST-аналіз – це інструмент, призначений для виявлення політичних, економічних, соціальних і технологічних аспектів зовнішнього середовища, що можуть вплинути на стратегію розвитку підприємства.

Структура та основні чинники, які досліджуються у даному аналізі представлені у табл. 3

В роботі студенту необхідно систематизувати основні чинники впливу за вказаними напрямками та конкретизувати їх відповідно до специфіки діяльності обраного підприємства, на основі чого зробити чіткі висновки щодо структури зовнішнього середовища та ступеню його динамізму.

Таблиця 5.1 – Стратегічні напрями PEST – аналізу

<p>Політичні чинники:</p> <ul style="list-style-type: none"> • урядова стабільність; • податкова політика і законодавство в цій сфері; • антимонопольне законодавство; • закони з охорони зовнішнього середовища; • регулювання зайнятості населення; • зовнішньоекономічне законодавство; • позиція держави відносно іноземного капіталу; • профспілки та інші групи тиску (політичного, економічного тощо). 	<p>Економічні чинники:</p> <ul style="list-style-type: none"> • тенденції валового національного продукту; • стадія ділового циклу; • відсоткова ставка і курс національної валюти; • кількість грошей в обігу; • рівень інфляції; • рівень безробіття; • контроль над цінами і заробітною платою; • ціни на енергоресурси; • інвестиційна політика.
<p>Соціокультурні чинники:</p> <ul style="list-style-type: none"> • демографічна структура населення; • стиль життя, звичаї і звички; • соціальна мобільність населення; • активність споживачів 	<p>Технологічні чинники:</p> <ul style="list-style-type: none"> • затрати на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи із різних джерел; • захист інтелектуальної власності; • державна політика в області НТП; • нові продукти (швидкість оновлення, джерела ідей).

2.2. SPACE-аналіз

Для оцінювання стратегічного положення підприємства усе частіше використовується SPACE-аналіз (Strategic Position and Action Evaluation). Це — комплексний метод, призначений для оцінювання ситуації та вибору стратегій. У SPACE-аналізі виокремлюють чотири групи системних критеріїв оцінювання організації: економічний потенціал (або «фінансова сила»); конкурентні переваги; привабливість галузі (бізнес-напрямок); стабільність середовища (зовнішні умови бізнесу). Кожен із критеріїв складається з певного переліку факторів, що знаходять вираз у відповідних показниках.

Економічний потенціал вимірюється за такими показниками:

- 1) нормою прибутковості;
- 2) виробничими витратами;

- 3) рентабельністю вкладеного капіталу;
- 4) рентабельністю інвестицій;
- 5) обсягами заборгованості;
- 6) здатністю до підвищення рівня нагромадження та до залучення капіталу із зовнішніх джерел тощо.

Конкурентні переваги вимірюються за показниками, що характеризують:

- 1) динаміку змін частки ринку, що її обслуговує організація;
- 2) структуру асортименту продукції, що виготовляється (з урахуванням рівня її прибутковості);
- 3) цінову політику;
- 4) рівень розвитку маркетингу (та інших важливих для даної галузі підсистем підприємства);
- 5) рівень якості (конкурентоспроможності) продукції;
- 6) тип та тісноту зв'язків із споживачами тощо.

Привабливість галузі вимірюється за показниками, що характеризують:

- 1) кількість та основні характеристики конкурентів, рівень конкуренції;
- 2) загальну привабливість галузі (серед інших галузей);
- 3) залежність розвитку галузі від загальної кон'юнктури ринку;
- 4) стадію «життєвого циклу» галузі;
- 5) стабільність прибутків та загальна норма прибутку галузі;
- 6) застосування виробів даної галузі в інших секторах економіки тощо.

Стабільність середовища (зовнішні умови бізнесу) вимірюється за показниками, що характеризують:

- 1) темпи зростання (занепаду) економіки країни;
- 2) вплив іноземного капіталу на розвиток галузі;
- 3) вплив науково-технічного прогресу на розвиток галузі;
- 4) ступінь впливу держави на галузь (регулювання діяльності);
- 5) ступінь залежності галузі від іноземних ринків сировини;
- 6) ступінь залежності галузі від розвитку інфраструктури (у тому числі від розвитку інформаційних технологій) тощо.

Наведені як приклад критерії не вичерпують перелік складових, що використовуються для побудови матриці SPACE-аналізу. Під час формування критеріїв оцінювання необхідно враховувати специфічні особливості конкретного підприємства, наявний виробничий потенціал, досвід роботи тощо. Кожному з обраних критеріїв у межах однієї групи виставляється експертом оцінка за обраною шкалою. Це може бути 10- або 5-бальна шкала. «Вага» визначає значущість кожного критерію щодо всієї сукупності критеріїв та міститься в діапазоні від 0 до 1, сума значень при цьому має становити 1. Після обчислення значень оцінок за кожним критерієм (оцінка перемножується на «вагу»), визначається сумарна оцінка за кожною групою (табл. 4).

Таблиця 4 – Шаблон здійснення SPACE-аналізу

Внутрішня стратегічна позиція					Зовнішня стратегічна позиція				
Економічний потенціал (EP) («фінансова сила» (FS))					Стабільність середовища (ES) (зовнішні умови бізнесу)				
Фактори	Показник	Оцінка	Вага	Σ оцінки	Фактори	Показник	Оцінка	Вага	Σ оцінки
1.					1.				
2.					2.				
n.					n				
Усього					Усього				
Конкурентні переваги (CA)					Привабливість галузі (IS) (бізнес-напрямок)				
Фактори	Показник	Оцінка	Вага	Σ оцінки	Фактори	Показник	Оцінка	Вага	Σ оцінки
1.					1.				
2.					2.				
n.					n				

Отримані результати розрахунків наносяться на прямокутну систему координат, в якій кожна піввісь є поданням загального критерію за групою (рис. 1). Кожний із вихідних критеріїв зображується як точка на відповідній півосі.

Після цього утворюється точка з координатами $P(x,y)$ в одному з квадрантів вибраної системи координат. У результаті сполучення цієї точки з початком координат утворюється вектор, що вказує на наявний чи доступний у перспективі тип стратегії.

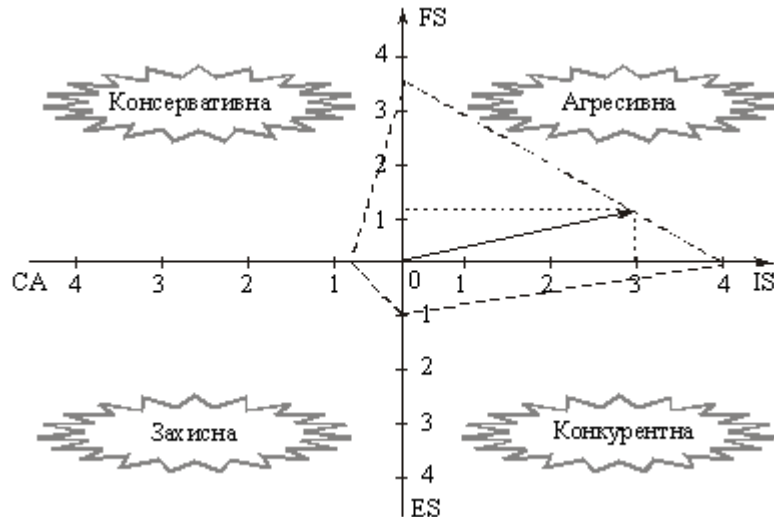


Рисунок 1 – Графічна інтерпретація матриці SPACE-аналізу

Агресивна позиція типова для активної та стабільної галузей, у якій підприємство має певні переваги. критичною є поява нова нових конкурентів. Позиція дозволяє активно реагувати на зміну ринкової ситуації, збільшувати свою частку на ринку, підвищувати конкурентоспроможність продукції.

Конкурентна позиція типова для активних, проте відносно нестабільних галузей та ринків, на яких продукція підприємства має конкуренту перевагу. Критичним є фінансовий потенціал підприємства.

Консервативна позиція характерна для стабільної галузі. Такі підприємства мають певний фінансовий потенціал, проте конкурентна характеристика продукції є критичною.

Захисна позиція типова для економічно непривабливих видів діяльності, у яких конкурентні переваги не створюють економічних. Майже всі чинники є критичними, за винятком конкурентної позиції продукції.

На основі визначеної стратегічної позиції необхідно розробити план конкретних заходів за такою формою (табл. 5).

Таблиця 5 – Стратегічний план розвитку

Сфера стратегічних змін	Стратегічний напрямок	Ресурсна підтримка	Інструмент управління	Термін виконання
Продукція				
Технологія				
Маркетинг				
Організація				

3. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ

Даний розділ присвячено узагальненню результатів попередніх досліджень. Формування стратегії розвитку досліджуваного об'єкта полягає у виборі найбільш відповідного серед стратегічних альтернатив комплексу дій та заходів. Стратегія розвитку має бути представлена у вигляді ієрархії обраних стратегій до кожної з яких будуть надані пояснення щодо доцільності заходів на кожному рівні.

4. ДЕРЕВО ЦІЛЕЙ

Усі заплановані заходи щодо реалізації наміченої стратегії у попередньому пункті дослідження доцільно представити у вигляді дерева цілей.

Дерево цілей — це наочне графічне зображення підпорядкованості та взаємозв'язку цілей, що демонструє розподіл загальної (генеральної) мети або місії на підцілі, завдання та окремі дії.

5. СТРАТЕГІЧНА ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА

Даний розділ індивідуального завдання присвячений організаційним змінам, які необхідно здійснити на основі запропонованих раніше заходів. Для цього подається базова організаційна структура підприємства, визначається її тип та основні недоліки, які перешкоджають реалізації визначених стратегічних

напрямів. Як результат формується організаційна структура досліджуваного об'єкта стратегічного типу: адхократична, матрична, проектна або дивізійна.

6. ВІДПОВІДІ НА ЗАПИТАННЯ ЗА ТЕМАМИ КУРСУ, ВИХОДЯЧИ З ВИВЧЕННЯ МАТЕРІАЛІВ СИТУАЦІЙНОГО ЗАВДАННЯ

Метою виконання цього розділу є формування висновків дослідження за основними положеннями тем дисципліни.

ТЕМА 1

1. Охарактеризувати, яким чином змінювалися умови ведення бізнесу.
2. Охарактеризувати, яким чином зовнішнє демографічне, соціально-економічне та культурне середовище впливало на зміну умов підприємницької діяльності компанії.
3. Охарактеризувати, яким чином змінювалися управлінські завдання з точки зору характеристик нестабільності.

ТЕМА 2

Охарактеризувати, яким чином змінювалися відносні пріоритети компанії за періодами розвитку діяльності компанії.

ТЕМА 3

1. Охарактеризувати основні зовнішні фактори, що сприяли та перешкоджали розвитку компанії.
2. Охарактеризувати основні ринкові фактори, що сприяли та перешкоджали розвитку компанії.
3. Охарактеризувати основні внутрішні фактори, що сприяли та перешкоджали розвитку компанії.

ТЕМА 4.

1. Навести основні стратегічні зміни, які необхідно провести, щоб забезпечити високу прибутковість компанії.
2. Розробити послідовність проведення наведених стратегічних змін.
3. Охарактеризувати основні труднощі, які можуть виникнути в процесі впровадження наведених стратегічних змін

ТЕМА 5

1. Обґрунтувати, які основні джерела опору можуть виникнути під час впровадження наведених стратегічних змін.
2. Навести основні інструменти подолання опору за кожним наведеним джерелом.

ТЕМА 6.

1. Обґрунтувати, які особливості «людського фактору», організаційного та інформаційного факторів формують конкурентоспроможність та прибутковість компанії.
2. Навести, які якості необхідно створити для розвитку «людського, організаційного та інформаційного факторів», щоб забезпечити зростання розвитку компанії.
3. Обґрунтувати, які мотиваційні механізми необхідно застосувати, щоб створити необхідні компетенції «людського, організаційного та інформаційного факторів» компанії.

ТЕМА 7

1. Навести характеристик еволюції послуг компанії.
2. Навести принципи маркетингових стратегій компанії.

ТЕМА 8

1. Навести принципи конкурентних стратегій компанії.

2. Навести характеристики управлінських здібностей, які необхідно сформувати в компанії.
3. Розробити заходи щодо розвитку управлінських здібностей компанії.

ТЕМА 9

1. Охарактеризувати основні риси організаційної структури компанії.
2. Обґрунтувати основні необхідні напрями перетворення організаційної структури під час впровадження наведених стратегічних змін.
3. Обґрунтувати необхідність впровадження нових компонентів формування організаційної структури компанії.
4. Сформулювати послідовність дій зі створення нової організаційної структури

ТЕМА 10

1. Охарактеризувати культуру компанії.
2. Навести первинні та вторинні фактори організаційної культури компанії.
3. Обґрунтувати шлях приведення культури компанії у відповідність до запропонованої організаційної стратегії.

Теми рефератів

№ з/п	Назва індивідуального завдання та (або) його розділів	Терміни виконання (на якому тижні)
1	Сутність системи управління підприємством.	1-4
2	Характеристики нестабільності середовища функціонування підприємства.	1-4
3	Основи довгострокового управління підприємством.	1-4
4	Принципи вибору системи управління підприємства.	1-4
5	Основні принципи розвитку підприємств.	5-7
6	Характеристики нестабільності середовища функціонування підприємства.	5-7
7	Основні характеристики управління на основі передбачення змін.	5-7
8	Побудова стратегії як динамічний процес.	5-7
9	Чинники впливу на процес реалізації стратегії.	5-7
10	Типи стратегії та реакції на їх реалізацію.	5-7
11	Організація розробки маркетингової функціональної стратегії на підприємстві.	7-9
12	Організація розробки виробничої (операційної) стратегії на підприємстві.	7-9
13	Основні напрямки розробки фінансової стратегії на підприємстві	10-12
14	Стратегія розвитку підприємства.	10-12
15	Ключові чинники розвитку підприємства.	10-12
16	Інформаційно-аналітичне забезпечення розвитку підприємства	10-12
17	Передумови здійснення стратегічних змін.	12-14
18	Методи запровадження стратегічних змін.	12-14
19	Ознаки опору змінам та шляхи його подолання.	12-14
20	Керівництво в сучасному стратегічному управлінні.	12-14
21	Керівник та його якості за умов управління стратегічними змінами.	14-16
22	Модель стратегічного рішення.	14-16
24	Процес стратегічного задуму.	14-16
25	Проектування організаційної культури.	14-16
26	Система «організаційного розвитку як інструмент стратегічного управління».	14-16
27	Структура ділових рішень.	14-16
28	Типи організаційних структур, їх переваги та недоліки.	14-16
29	Вплив організаційної структури підприємства на реалізацію стратегії.	14-16

РОЗПОДІЛ БАЛІВ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ НАВЧАННЯ

Поточне тестування та самостійна робота	Змістовий модуль 1	T1	1
		T2	1
		T3	1
		T4	1
		T5	1
		T6	1
		МКР1	20
	Змістовий модуль 2	T7	1
		T8	1
		МКР2	20
	Змістовий модуль 3	T9	1
		T10	1
		T11	1
		МКР3	20
Індивідуальне завдання (РГЗ, РЕ)			20
Відвідування занять			9
Загальна сума			100

Загальна кількість балів, яку отримує студент по завершенні студенту 100 балів.

Загальна кількістю балів розподіляється наступним чином:

- Модульна контрольна робота 1 – 20 балів
- Модульна контрольна робота 2 – 20 балів
- Модульна контрольна робота 3 – 20 балів
- Захист індивідуального завдання -20 балів.
- Оцінка самостійної роботи студента – 11 балів.
- Оцінка відвідуваності занять – 9 балів

За результатами набраної протягом семестру кількості балів студент отримує підсумкову оцінку.

У разі невідповідної навчальної дисципліни або результативної кількості балів нижче 60 або з метою підвищення рейтингу від підсумкової семестрової кількості балів, студент складає диференційований залік.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова література

- 1 Корпоративне управління : підручник / Т. Л. Мостенська [та ін.] ; Нац. ун-т харчових технологій, Нац. авіаційний ун-т. - Київ : Каравела, 2008. - 384 с
- 2 Антикризове управління на вітчизняних та закордонних підприємствах: теорія, діагностика кризового стану, соціально-економічні аспекти управління: монографія / О. І. Линник, Р. Ф. Смолівик, І. А. Юр'єва ; дар. Р. Ф. Смолівик ; Харківський політехнічний ін-т, нац. техн. ун-т. - Харків : Підручник НТУ "ХПІ", 2013. - 544 с
- 3 Публічне управління та адміністрування : словник / ЧНТУ ; уклад.: О. М. Руденко [та ін.]. - Київ : Кондор, 2016. - 178 с
- 4 Стратегічне управління: навч. посібник / Н. С. Краснокутська, І. А. Кабанець ; Харківський політехнічний ін-т, нац. техн. ун-т. - Харків : НТУ "ХПІ", 2017. - 460 с.
- 5 Стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності : методологія та організація: монографія / Д. В. Райко ; Харківський політехнічний ін-т, нац. техн. ун-т. - Харків : ВД ІНЖЕК, 2008. - 632 с.
- 6 Стратегічне управління: навч.-метод. посібник / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська, Ю. М. Ратушний. - Київ : КНЕУ, 2001. - 232 с
- 7 Стратегічний менеджмент: навч. посібник / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. - К. : ЕксОб, 2002. - 560 с
- 8 Стратегический менеджмент: учеб. пособие / М. В. Володькина. - Київ : Знання-Прес, 2002. - 149 с

Допоміжна література

- 9 Менеджмент, маркетинг та інтелектуальний капітал в глобальному економічному просторі: монографія / П. Г. Перерва [та ін.] ; наук. ред.: П. Г. Перерва , О. І. Савченко, В. Л. Товажнянський ; Харківський політехнічний ін-т, нац. техн. ун-т. - Харків : Цифрова друкарня № 1, 2012. - 700 с.
- 10 Операційний менеджмент: практикум / В. О. Черепанова ; дар. В. О. Черепанова ; Харківський політехнічний ін-т, нац. техн. ун-т. - Харків : НТУ "ХПІ", 2014.
- 11 Вплив стратегічного управління на основні результати діяльності металургійного підприємств : дис. ... к. е. н. : 08.00.04 / І. О. Казачков ; н. керівник А. М. Ткаченко ; ЗДІА. - Запоріжжя, 2012. - 226 с.
- 12 Стратегічне управління інноваційною діяльністю промислових підприємств України : дис. ... канд. екон. наук : 08. 02. 02 / Т. В. Деділова ; рук. работы А. В. Гриньов ; Харківський нац. автомобільно-дорожній ун-т. - Харків, 2006. - 205 с.
- 13 Стратегічне управління підприємством: Графічне моделювання: навч. посібник / В. Г. Герасимчук ; Київський нац. економічний ун-т. - Київ : КНЕУ, 2000. - 360 с
- 14 Управління розвитком підприємства : навч. посібник / І. В. Кононенко. - Харків : НТУ "ХПІ", 2001. - 134 с.
- 15 Міжнародний менеджмент : навч. посібник / ДонДУЕТ ; ред. О. Б. Чернега. - К. : Центр навч. літ., 2006. - 592 с
- 16 Операційний менеджмент : навч. посібник / В. Г. Воронкова [та ін.]. - Львів : Магнолія 2006, 2010. - 438 с

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

для самостійної роботи студентів

з дисципліни «Стратегічне управління підприємством»

для студентів спеціальностей

8.03050401 Економіка підприємства (за видами економічної діяльності)

напряму 051 економіка

Укладач: ГУХОВА Світлана В'ячеславівна

Відповідальний за випуск: А.І. Яковлєв

Редактор:

Коректор:

План 20__р/ поз.____/____

Підписано до друку _____._____._____. Формат 60 x 84 x 1/16. Папір офсетний
Друк - ризографія Гарнітура Times New Roman Ум.друк.арк_____.
Обл.-вид.арк._____. Наклад ____ прим. Зам. №_____. Ціна договірна

Видавничий центр НТУ «ХПІ»
Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 116 від 10.07.2000 р.
61002, Харків, вул. Фрунзе, 21

Друкярня НТУ «ХПІ».
61002, Харків, вул. Фрунзе, 21